

Jedem Typ seine Farbe



Am traditionellen Sommerfest der Eudaptics forderte der Data Mining-Spezialist ehrliche Antworten. Ein Fragebogen deckte die Charaktere der Gäste schonungslos auf: Thriller, Performer und Harmonizer mussten dank der Eigenentwicklung Viscovery »Farbe bekennen«.

HIETZING – Mit den Worten »erstmal haben wir gar nichts verdoppelt, weder den Umsatz noch die Zahl der Mitarbeiter«, begann Georg Greutter, mit Gerhard Kranner in der Geschäftsführung der Eudaptics, seinen Jahresrückblick. Greutter nahm das traditionelle Sommerfest in der Firmenzentrale in Wien 13 zum Anlass, auf pointierte Weise eine positive Bilanz zu ziehen: »Wir sind von der Heroinnadel unserer Venture-Kapitalgeber gehüpft«, sagt er und fügt mit Stolz hinzu, dass der Spezialist für Customer Behavior Modeling im abgelaufenen Geschäftsjahr eine Null schreiben werde.

Um zu verdeutlichen, auf welche Weise das Unternehmen Verhaltensmuster bei Kunden visualisiert, mussten die Gäste einen Fragebogen ausfüllen. Eudaptics wollte nicht nur wissen, wie schnell die Damen und Herren auf der Autobahn unterwegs sind, sie mussten auch zugeben, wie sie an Probleme herangehen. Die Auswertung mittels Viscovery deckte Thriller, Performer und Harmonizer gnadenlos auf. Greutter: »Sie haben heute die einmalige Chance, neben einem Ihnen am ähnlichsten Menschen zu stehen. Ich weiß nicht, ob Ihnen das gefallen wird?«

[rem]